

2. Infoconomy Symposium – 30.10.2009

Pricing von Informationsgütern

Information ist ein Gut, das in der Herstellung oft sehr teuer ist, dessen Vervielfältigung aber zu sehr niedrigen Kosten erfolgt. Diese sehr niedrigen Grenzkosten ermöglichen neue Formen der Preisgestaltung, wie z. B. Windowing, Versioning oder Bundling. Häufig werden Informationsangebote sogar kostenfrei gemacht. Obwohl es auf den ersten Blick widersinnig erscheint, entspringt auch solch ein "Follow the free" einer klaren ökonomischen Logik. In welcher Form die Preisgestaltung bei verschiedenen Arten von Informationsgütern auftreten und wie man sie sich zu nutze machen kann, ist Gegenstand dieses Symposiums.

Das Symposium richtet sich an Studierende, Wissenschaftler und Entscheider aus der Informationsbranche.

09.30	Eröffnung des Symposiums <i>Prof. Dr. Frank Linde (Fachhochschule Köln)</i>
10.00	Pricingstrategien bei Informationsanbietern <i>Dr. Jochen Strube (Simon-Kucher & Partners)</i>
10.45	Pricing von Unternehmensinformationen <i>Anja Roterling (E-Commerce und Online Marketing, Creditreform)</i>
11.30	Pricingstrategien in der Beratung <i>Felicitas Schneider (Roland Berger)</i>
12.15	Lunchtime
13.30	Pricingstrategien für Software <i>Manuel Escriva (Business Planning & Operations, Microsoft)</i>
14.15	Pricing von Datendiensten im Mobilfunk: Alles flat? <i>Dr. Michael Maas (Strategic Pricing, T-Mobile International)</i>
15.00	Pricingstrategien von Internetdienstleistungen <i>Prof. Dr. Gerald Lembke (Medienmanagement & Kommunikation, Duale Hochschule Mannheim)</i>
15.45	Abschluss des Symposiums

Der Eintritt ist kostenfrei. Es werden Kaffee und Kaltgetränke gereicht. Aufgrund des begrenzten Platzangebots bitten wir um verbindliche Online-Voranmeldung.

